

Pasar loak atau pasar barang bekas adalah salah satu jenis pasar yang sudah akrab di benak masyarakat Yogyakarta. Salah satunya adalah Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta. Pasar ini menjual barang-barang bekas dan baru yang diajakan para pedagang. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan komunikasi yang dilakukan para pedagang dalam meningkatkan minat beli dan kepercayaan konsumen, juga mencari faktor-faktor yang mempengaruhi cara berkomunikasi dan pendapatan pedagang yang ada di Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis maupun lisan serta observasi dari objek penelitian yang diamati. Penelitian ini lebih mengarah pada metode deskriptif yaitu penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami pedagang Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta dalam usaha meningkatkan minat beli dan kepercayaan konsumennya. Dalam menjalankan komunikasi, pedagang Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta menggunakan pendekatan kepada konsumen dengan komunikasi interpersonal dengan strategi komunikasi secara santai. Selain melakukan komunikasi dengan santai, para pedagang juga memberikan potongan harga, garansi, juga harga khusus bagi pelanggan tetap dalam meningkatkan minat beli konsumennya. Komunikasi pedagang juga dipengaruhi dari perilaku dari pengunjung, pengunjung yang mempunyai sikap kurang baik dengan pedagang maka komunikasi yang dilakukan pedagang akan seenaknya sendiri dan cenderung mempermainkan pengunjung. Jadi komunikasi yang dilakukan pedagang dalam meningkatkan minat beli dan kepercayaan konsumen antara lain dengan membelikan diskon, garansi dan komunikasi yang baik dan apa adanya mengenai barang yang mereka jual.